

ABSTRACT

The aim of this project is to give a definition to the most important sustainability drivers for Corporate Social Responsibility in electronic sector. We investigate this indicator through survey in world scope. We focus on consumer groups. We work with Phillips Headquarters in Amsterdam and Eindhoven to do this real project. We use two methods for our survey, first we use interview with focus group and second we use questionnaire that we send it to them (consumer group) through, email, phone and fax.

Based on the research has done, the data which has collected will analyze by quantitative analysis and quantitative analysis, that is give more explanation and analyzing data which has collected through survey. Qualitative analysis is making some indicators that come from consumer group's perception about those main issues its internal and external factor. Whereas quantitative analysis will do by make average from the questionnaire results in order to make rank and to find highest influence factor. This result we will use to make important indicators. We use Microsoft Excel.

The results of this project are the number of some indicators for CSR that the company will use to build healthy company, green flag, eco-vision and environmental company. All issues support CSR. Beside that some recommendations for the project.

Keywords: Corporate Social Responsibilities (CSR), Green Flag, Eco-vision.

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan definisi tentang pentingnya acuan dari perkembangan yang terus-menerus untuk Corporate Social Responsibility (CSR) untuk sector elektronik. Kami melakukan penelitian dengan menggunakan survei dengan scope dunia. Kami hanya memfokuskan pada grup konsumen. Kami bekerja dengan Kantor Pusat Phillips di Eindhoven dan Amsterdam untuk penelitian nyata ini. Kami menggunakan 2 metode untuk survey ini pertama kami menggunakan metode interview dengan orang-orang yang berkompeten dengan penelitian ini dan yang kedua kami menggunakan kuesioner yang kami kirimkan ke grup konsumen melalui email, telpon dan fax.

Berdasarkan dari riset yang dilakukan, data yang dikumpulkan di analisa dengan menggunakan 2 pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Ini akan memberikan banyak penjelasan dan keterangan yang jelas dan mengolah data yang dikumpulkan dari hasil survei dengan lebih cermat. Analisa kualitatif membuat rangkuman beberapa indicator yang berasal dari persepsi grup konsumen tentang isu yang utama dari factor internal maupun eksternal. Kemudian analisa kuantitatif dilakukan dengan membuat rata-rata dari hasil survei yang dilakukan kemudian membuat ranking dengan tujuan memperoleh hasil atau indicator yang memiliki ranking tertinggi atau yang terpenting. Pengolahan hasil ini kami menggunakan program Microsoft excel.

Hasil total dari proyek ini adalah sejumlah indicator penting untuk CSR. Dimana perusahaan akan menggunakannya sebagai acuan bagaimana membuat perusahaan yang peduli lingkungan, hijau, sehat, dan eco-vision. Semua indicator itu mendukung pengaplikasian CSR di dalam perusahaan. Selain itu beberapa rekomendasi yang berkaitan dengan proyek ini.

Keywords: Corporate Social Responsibilities (CSR), Green Flag, Eco-vision.